

〔デザインノート〕

商業施設における ハンドメイドワークショップのプロデュース

木原 民雄・星 ひかり

1. はじめに

商業施設におけるイベントとして、さまざまなワークショップが行われるようになってきている。筆者らは、比較的規模の大きな商業施設である百貨店や書店を中心とした複合施設やカフェなどの飲食店で、電子工作と手芸を融合したものをテーマとしたハンドメイドワークショップを行ってきた(図1)。このようなワークショップの企画運営方法を研究対象としており、これまでにいくつかの報告をしてきた^[1-3]。本稿では、既報で詳述していない点に絞って、これまでに蓄積してきた知見を再整理し、企画運営方法の実際的な工夫についてまとめ、考察を行い、今後の展望について述べる。



図1 ワークショップの様子(木原撮影)

2. 商業施設におけるイベント

さまざまなワークショップが商業施設のイベントとして行われている理由はいくつかある。主催者側からみると、買い物や食事以外の要素として、集客手段のひとつと位置づけられる。また、催事場などにおいては、余った場所を活用するために副次的に実施される場合もある。顧客の嗜好にあったイベントを開催することで、場の雰囲気づくりや、高級感の演出ができる。参加者側からみると、同行者が買い物をしている間の暇つぶしや、休日の憩いやリフレ

ッシュとして位置づけることができる。趣味にあった企画の場合、純粋に楽しむためと、より高い技術を学ぶためということも考えられる。参加者が子どもの場合、ハンズオンと呼ばれる体験学習としてのワークショップは、子どもにとってさまざまな可能性を見出す貴重な機会として重要な意味をもつ。

今回、考察対象としたワークショップは、この1年以内に実施した2例であり、内容は次の通りである。

(1) 日本橋三越本店の事例

2017年夏に8階催事場で行われた「おとなこども博」内のイベントのひとつとして、連続6日間で実施した。周囲は、ゲームやキャラクターグッズの販売コーナーや他のイベントスペースとなっており、夏休みに子どもと大人が一緒に遊べるスペースとなっていた。隣接して行われていた企画は、木工をテーマとしたワークショップであった。事前予約を受けるとともに、随時受付できる方法とした。有料で、講師は1-2名、アシスタント2-3名の体制とした。参加者のうち約30名の保護者に対して、アンケートを実施した。

(2) 柏の葉 T-SITE の事例

2018年2月に複合的な商業施設にある柏の葉蔦屋書店2階のT-KIDSの企画として、1回あたり10名程度で2回、小学校低学年の子どもを対象として1日だけ実施した。有料で、講師2名、アシスタント1名の体制とした。完全予約制で、全員同時に開始する形式とした。意識の高い子どもが集まった。

3. プロデュース上の課題と知見

ここでは、いくつかの点について、プロデュース上の課題を整理し、知見をまとめる。

3.1 企画運営の方針

(1) 雰囲気づくり

ワークショップを実施する場所は、その商業施設全体と親和性があり、楽しい雰囲気を醸し出す演出が重要である。周囲の店舗の販売と連携したり、他のイベントにきた

お客様の関心を惹き、予定にはなくても参加してくれるなどの相乗効果があると良いと考えられる。

そのためには、常に誰かが何か作業をしており、通うすにみただけで何が行われているか理解できるようにする必要がある(図2)。講師やスタッフが現場でいかに格好良く振る舞うかも重要である。また、スタッフだけでの会話をできるだけ避けるなど、マナーにも気を付けている。



図2 常に誰かが何か作業している(木原撮影)

(2) 告知と予約の仕方

参加者を募る告知にはさまざまな方法があるが、いつもその商業施設を利用する顧客への現地での告知が比較的有効である(図3)。店頭で気がついて予約し、後日参加するケースが主である。開催中に随時受付をする場合は、その場ですぐに始めてもらうか、少し後の時間の回を予約してもらうなどする。随時受付とすると、前の参加者が途中までつくっている様子をみて参考にでき「じぶんでもできそう」と思ってもらえる。同じような年頃の子どもが体験していると安心感を与えられる。どのようなものができるのかサンプルを端的に見せることも効果的である(図4)。完全予約制にして、全員で同時に開始して同じ段階で同じように悩むことにも、さらに深い意味があると考えられる。



図3 店舗内のイベント告知(木原撮影)



図4 参加者を誘う見本の例(木原撮影)

(3) 料金の考え方

参加費の価格設定は難しい。無料にすると、熱意のない参加者が来るなど問題が多いため、通常行わない。過剰なアピールで無理に参加者を増やすようなことはしない。安くし過ぎても有り難みが薄れる。割引についても、親子セットや子どもふたり以上の扱いをどうするかなどが難しい。料金の考え方については模索中である。

(4) ターゲット

子どもと大人とで、通常区別していない。性別も区別していないが、かつては、男の子が手芸に触れる機会は少なかったと考えられる。そのためか、遠慮しがちな状況もまだある。筆者らは、主な講師が男性ということもあり、男の子が遠慮なく手芸を体験できる場を提供できていると考えている。ものづくりが上手な、デザインに強いひとが来る場合があるが、能力の高いひとにも思い切り楽しんでもらえるよう、特別に気を配ることもある。

(5) 自主制作との違い

ワークショップで教わりながらつくることと、ひとりで何かをつくることには違いがある。困った時にすぐに助けしてくれる指導者がいて、同じように困っているひとたちが近くにいる安心感がある。レンタルファクトリーのような制作環境も整ってきているが、個人で材料を調達するとなると、たくさんのものを揃えるのは難しい。例えば、個人で100色以上の羊毛フェルトを揃えるのは現実的ではないが、ワークショップならそれができる(図5)。このような利点を積極的にアピールするようにしている。



図5 たくさんの素材がある様子(木原撮影)

3.2 教える方法

(1) 教える時の位置関係

複数の参加者に対して少数の講師で教える場合、なるべく堅苦しさを取り除きたい。小さい子どもの場合、横で常に見守るほうが良い(図6)。他のひとに教えている講師には話しかけづらいため、適度に余裕のある人数のスタッフを配置するのが理想である。話しかけられやすくするために、参加者の間を歩いてまわるなどのことをする。



図6 横で見守る（木原撮影）

(2) どう見守るか

作業中に親などの保護者にどのように振る舞ってもらえば良いかは、とても難しい。現場で見守り続ける場合と、その場を離れて完成する頃に戻って来る場合がある。こうしたしなさい、ああしなさいと口を出したくなる保護者に対する抑制や誘導も講師の重要な仕事である。始めにいろいろと教えてからつくるのを見守るのではなく、困ってから助けるように心がけている（図7）。ただし、何も相手をしないのは不満を抱かせるので、バランスが重要である。

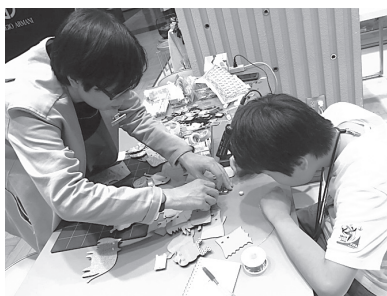


図7 講師が教える様子（木原撮影）

(3) 見本との関係

真似をすることはハンドメイドの基本であるので、先にどのような見本をみせるかは重要である。特に子どもは、どうしても見本に強く引っぱられてしまう。例えば、カメの見本をみるとカメがつくりたくなってしまう（図8）。



図8 新しくできたものと見本（木原撮影）

良い見本を少しだけみせる、なるべくたくさん見本をみせる、できるだけシンプルなものだけをみせて工夫することを誘導する（図9）など相手に応じた戦略が必要となる。



図9 講師によるシンプルな見本（木原撮影）

3.3 参加者の満足感

(1) 単純作業の良さと熱中

例えば、自由に絵を描くようなことは、意匠の良さや技術が問われるため、苦手意識や劣等感を持ちやすい。一方、小さい部品を取りついたり、小さいシールを貼るような単純作業は、創造性やセンスを強く求めない。その代わりに、無心になってフロー体験を起こしやすく、ストレスの発散にもなる（図10）。このような点を重視して、つくるものを設定している。

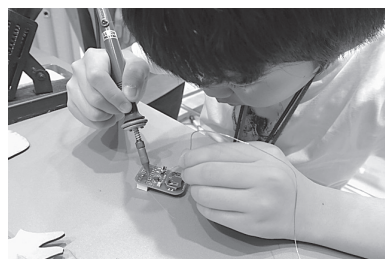


図10 熱中してつくる子ども（木原撮影）

(2) 材料の下準備

限られた時間では作業が終わらない場合がある。また、時間が長くなると疲労で楽しくなくなる場合もある。この対策として、ある程度のところまで材料の下準備をしておき提供すると満足度が上がる場合がある（図11）。どこまで下準備するか加減が難しい。



図11 材料の下準備（木原撮影）

(3) 終わる方法

ものづくりの終わりは、参加者自身が完成と判断し、自発的に満足してやめることが望ましい。できるだけ急がせることなく、時間内に終わらせたい。子どもの場合、途中

で泣きだしてしまう場合がある。理想通りにできなくてくやしいと訴えるのはその一例である。また、まれに完成させずに諦めてしまうこともある。このような場合は、臨機応変に対処するしかないが、なるべく今後の糧となるような対話を心掛け、気持ちを確かめてから終わらせるようにしたい。

(4) 感想を言う

できあがったら、つくったものや作業について感想を言ってもらおう。参加者自身に評価してもらい、「上手にできた?」「楽しかった?」という問いかけでコミュニケーションを図るようにする。講師に対して話してもらっても良いが、参加者全員の前で発表してもらっても良い。例えば、つくった羊毛フェルトの生き物に名前をつけてもらい、その由来をきくようにしても楽しい。

(5) 記念撮影

記念撮影を行うことは、つくったものを客観視するために良い方法であり、思い出づくりにもなる。同じイベントの参加者の成果をまとめて撮影する(図12)のも良いし、それぞれの成果とつくった本人と一緒に撮影しても良い。講師と一緒に撮影することもできる。撮影した写真は、そのまま SNS のページに掲載することで、更に満足感が得られる。



図12 記念撮影(木原撮影)

(6) おみやげ

つくったものは、現場で展示しても良いが、通常はそれぞれ持ち帰ってもらう。この他に、ちょっとしたおみやげとして、缶バッジやステッカーを渡すと喜ばれるし、端材などを持ち帰ってもらい、自宅でもつくれるようにするとその後の展開が期待できる。

4. アンケート

ここでは、アンケートの自由筆記の部分についてのみ紹介する。回答者は主に、参加した子どもの親である。良かった点として、「優しくかった」「親切にしてくれた」「気軽に話ができた」などの対応についてのコメントが多かった。

「当日すぐにできた」のが良かったという意見もあった。「安心してできていた」との子どもの様子に対するコメントや、「子どもの自主性を尊重してくれた」「希望をきいてくれた」「細かいところまで具体的にコツを教えてくれた」のような講師の教え方への評価もあった。否定的な意見としては「料金がもう少し安ければ良い」があった。このようなアンケートを実施すること自体も参加者の満足感の向上に繋がると考えられる。

5. 考察とまとめ

これまでに行ったワークショップの企画運営を通して蓄積してきた知見を再整理し、実際の工夫についてまとめた。企画運営の方針と、教える方法と、参加者の満足感のそれぞれについて、事例を示しながら、より良く実施するための検討を行った。ハンズオンと呼ばれる体験型のワークショップは、日常生活の一部分としても、外出時の楽しみとしても定着しつつある。手と心を動かすことは成長の助けとなり、他人とふれあうことで社会性を身につけることもできる。

今後も、商業施設側のねらいと、参加者の気持ちの双方を大切にしつつ、楽しいワークショップを続けていきたい。

謝 辞

テクノ手芸部、よしだともふみさん、吉田一穂さんに感謝いたします。

参考文献

- [1] 木原民雄, 星ひかり: 電子工作と手芸を融合したデザインワークショップの企画運営方法, 昭和女子大学近代文化研究所, 学苑 (921), pp.43-46, 2017年7月.
- [2] 木原民雄: 体験型メディアアートの展示デザインの方法と実際, 昭和女子大学近代文化研究所, 学苑 (909), pp.74-77, 2016年7月.
- [3] 木原民雄: 東京都現代美術館でのデザインプロデュースプロジェクト, 昭和女子大学近代文化研究所, 学苑 (897), pp.52-55, 2015年7月.

(きはら たみお 環境デザイン学科)

(ほし ひかり 環境デザイン学科)